

## LOS COSTES DEL MECENAZGO

Rubén Gutiérrez del Castillo

**E**l contexto es el siguiente. Encadenamiento de recesiones económicas que provoca fuertes descensos en los presupuestos públicos para el cumplimiento de los objetivos de déficit. Descensos en la renta disponible de las familias y aumento de la incertidumbre, asociados a una tasa de desempleo que supera el 26%. El consumo privado cae en picado y los presupuestos de las empresas para inversión en publicidad descienden radicalmente: los ingresos por publicidad en España en televisión y radio cayeron, desde 2008 y utilizando datos de Infoadex, un 41,1% y un 29,3% respectivamente. Esta situación, para el sector cultural, se traduce en disminución de presupuestos dedicados a cultura (y cuestionamiento de las ayudas públicas), descenso de la asistencia y de la financiación vía mercado, incremento de la dificultad de conseguir recursos procedentes del sector privado mercantil y, en los últimos meses, un incremento de la fiscalidad indirecta para buena parte de los bienes y servicios culturales, subiendo el tipo aplicado del IVA del 8% al 21% desde el 1 de septiembre del pasado año 2012.

Pues bien, en enero de 2011, el Grupo Parlamentario Popular, entonces en la oposición, presentó la Proposición de Ley de modificación de la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. La propuesta fue rechazada, pues tan sólo contó con el apoyo de los proponentes y de Coalición Canaria. Sin embargo, el debate celebrado en sede parlamentaria el 22 de marzo de 2011 presenta varios elementos de interés. Por un lado, la justificación de la propuesta. El entonces portavoz de Cultura del Grupo Popular y hoy Secretario de Estado de Cultura en el gobierno presidido por Mariano Rajoy manifestaba lo siguiente: «La proposición de ley que hoy presentamos supone, a nuestro modesto entender, un cambio de orientación estratégica en lo relativo a la política cultural. Hasta el momento, la política cultural de nuestro país ha girado alrededor de la subvención pública y a un intervencionismo público que ha protagonizado el Estado, las comunidades autónomas y los municipios. Hoy tenemos la oportunidad de introducir un cambio estratégico en el eje de gravedad de la política cultural. En primer lugar, atribuyendo a la sociedad civil el protagonismo, no solo en el hecho decisorio que sustenta la política cultural, sino al propio desarrollo de esta. Y, en segundo lugar, colocando a la libertad creativa y al estímulo de los emprendedores creativos como los soportes conceptuales de un nuevo diseño, insisto, de política cultural» (1). Parece claro que, más que promover el dotarse de mecanismos complementarios de financiación, el cambio de modelo de política cultural pública formaba parte de los objetivos de la propuesta. En un momento tan grave de crisis económica, el propio sector cultural espera la nueva Ley de Mecenazgo que, derivada de la entonces proposición, contribuya a generar financiación para la cultura. Sin embargo, la pro-

metida Ley no acaba ni siquiera de presentarse, debido a la dificultad de encaje en las estrategias y previsiones del Ministerio de Hacienda. Pero, la pregunta que nos debemos hacer, en caso de que finalmente la Ley llegue a proponerse es ¿cuáles son los costes de un modelo de financiación que gravite sobre la participación privada? O, mejor dicho, ¿como sociedad, nos podemos permitir esos costes?

Veamos, pues, de qué costes estamos hablando. En primer lugar, resulta evidente que, para que la propuesta de mecenazgo resulte atractiva debe estar vinculada a fuertes incentivos fiscales, por lo que el primer coste es el de oportunidad, es decir, lo que la hacienda pública dejaría de hacer con el dinero que ahora ya no ingresaría en un contexto de déficit público. Esta es, sin duda, la preocupación principal del Ministerio de Hacienda. Sin embargo, el coste más importante sería la pérdida de la soberanía ciudadana sobre las decisiones de política cultural pública, pues esta pasaría directamente a ser regida por las empresas o individuos, que, en función de sus intereses, decidirían qué recursos aportar y a qué fin dedicarlos. Es cierto que son malos tiempos para salir en defensa de los modelos de representación democrática parlamentaria, pero que el mercado no es la manera más adecuada para asignar recursos en algunos ámbitos no deja de ser un hecho contrastable. Observemos, a modo de ejemplo, cómo se distribuyen los recursos procedentes de las aportaciones privadas en el Reino Unido, utilizando los datos correspondientes al periodo 2009/2010, periodo en el que la aportación privada supuso el 16% de los recursos financieros para el sector cultural, recursos complementados con la aportación pública (46% entre los Arts Councils-13%, –el Department for Culture, Media and Sport -20%–, otros departamentos del Gobierno -3%–, gobiernos locales y otras ayudas -9%– y los fondos procedentes de la lotería -2%–) (2). Pues bien, los 658 millones de libras (unos 776 millones de euros), se reparten del siguiente modo: el 72% de las contribuciones las reciben las principales organizaciones culturales –aquellas con unos ingresos superiores a los 5 millones de libras–; el 15% las grandes organizaciones (entre 1 millón y 5 millones); el 11% las de tamaño medio (entre 100.000 libras y un millón de libras) y el 2% las organizaciones pequeñas (menos de 100.000 libras de ingresos). Desde el punto de vista de la distribución regional, el 68% de las contribuciones se reciben en organizaciones que operan en el área de Londres. Además, si se cruzan estos datos con los relativos a otras fuentes de financiación, se puede observar que existe una fuerte correlación entre aportaciones privadas e ingresos de mercado (venta de entradas). Es decir, que la capacidad de atraer público es la que, a su vez, atrae los fondos *filantrópicos*. En resumen: las aportaciones privadas en mecenazgo se concentran en las principales organizaciones culturales –un 72%– (las más grandes, con presupuestos superiores a los 5,9 millones de euros, con mayor capacidad de atraer público) y en aquellas establecidas en el área de Londres (el 68%). Parece, entonces, que las libres decisiones de los individuos y empresas no aseguran, ni mucho menos, objetivos importantes de la política cultural como deben ser la diversidad artística y la equidad geográfica en la oferta que permita el acceso por parte de todos los miembros de la sociedad, dejando así de lado la redistribución de recursos entre áreas geográficas.

Con los datos de la experiencia del Reino Unido, con fuerte tradición en el mecenazgo, podemos concluir que, en primer lugar, la financiación obtenida de esta vía apenas supone el 16% del total, es decir, que no puede plantearse, ni siquiera desde el punto de vista contable, como una alternativa real a los modelos actuales de financiación. En segundo lugar, el coste de dejar en manos privadas la asignación de recursos implica la pérdida de soberanía ciudadana en la toma de decisiones, y no resulta compatible con los principios que supuestamente deben regir un estado social de derecho. Evidentemente, la situación actual es muy complicada, pero la solución no pasa por la búsqueda irracional de quimeras, sino que debe pasar por esforzarnos en introducir transparencia, eficiencia y eficacia, mejorando los modelos actuales, en diseñar complementos (y eso puede ser el mecenazgo) que, con una planificación estratégica adecuada añadan recursos al sistema y, por supuesto, en imaginar otros modelos que desarrollen y permitan el cumplimiento de la, por el momento vigente, Constitución Española de 1978, en cuyo artículo 44.1 se dice que «Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho».

## NOTAS

(1) Acta del debate parlamentario sobre la toma en consideración de proposiciones de ley. Madrid. Congreso de los Diputados. 22 de marzo de 2011.

(2) MERMIRI, T. (2011). «Private investment in culture: the sector in and post recession». *Cultural Trends*, Vol. 20, nº 3-4 (2011) págs. 257-269.